

# Найминг проекта



# Содержание

Портрет покупателя.....	4
Портреты миллениалов .....	7
Сценарий жизни в ЖК «ТОТ».....	8
УТП проекта.....	9
Зачем застройщику нейминг?.....	10
Чек-лист по неймингу.....	12
Обоснование нейминга.....	14
Логобук.....	18
Сайт проекта.....	31



Портрет покупателя  
и сценарий жизни  
ЖК «ТОТ»

# Портрет покупателя

Молодые люди 30-40 лет, семейные/одинокое, с детьми разного возраста/без.

Доход от 70 т.р. на человека в месяц.

Линейные руководители, «удаленщики», имеющие собственный бизнес.

Поколение миллениалов, «бессрочно молодых людей».

## Характеристика поколения:

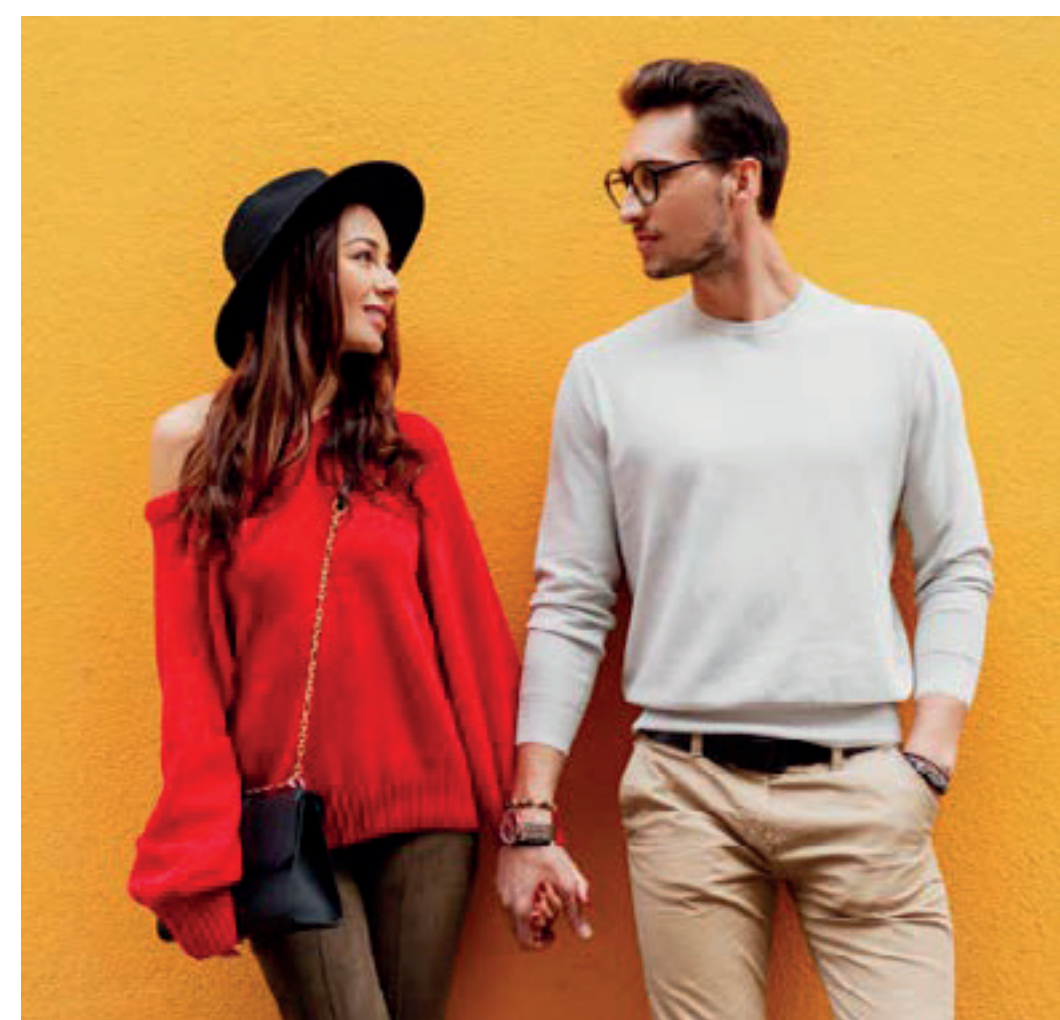
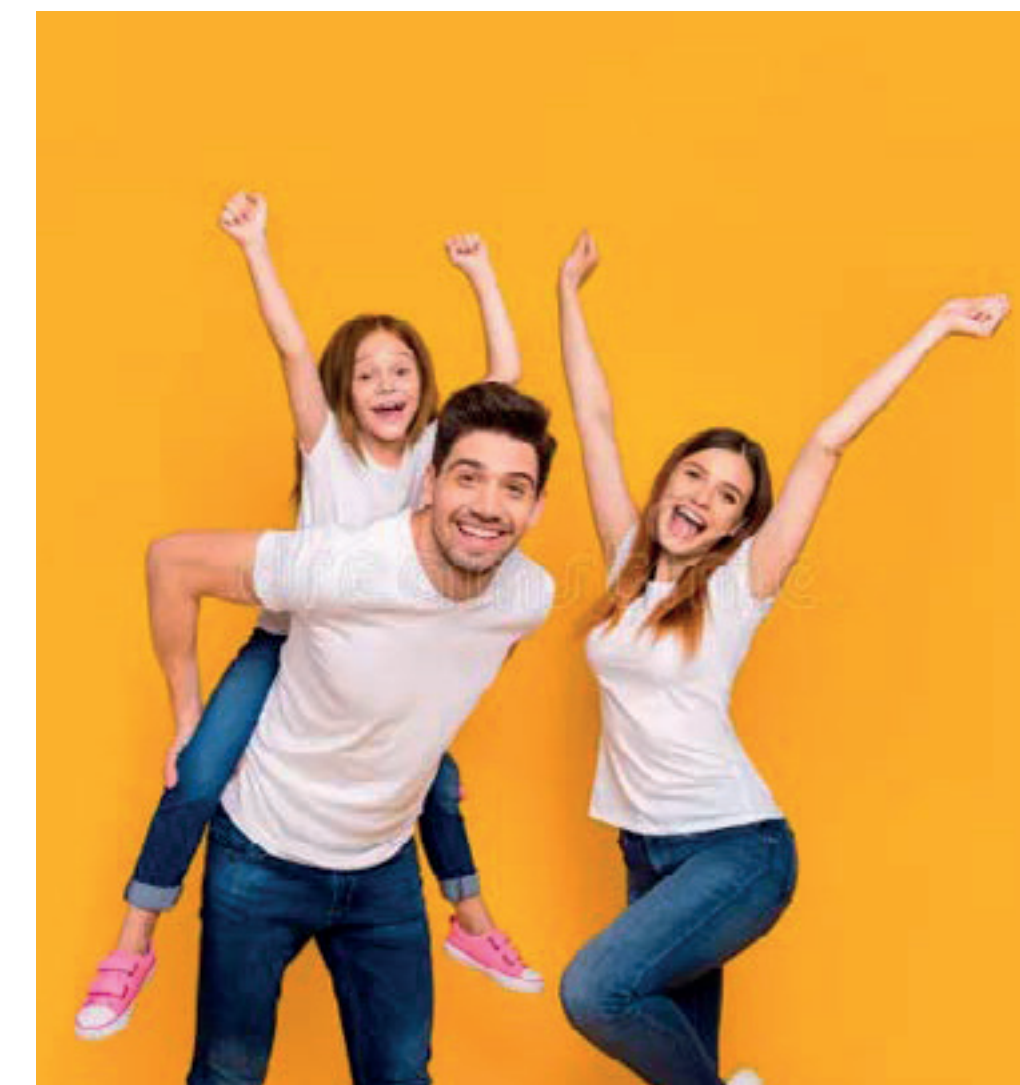
- ▶ Люди, не обремененные стереотипами старшего поколения;
- ▶ Ценят цифровой комфорт, воспринимают информацию на лету;
- ▶ Выше всего ставят духовные ценности, свободу и веру в себя;
- ▶ Нетерпимы к коррупции, не имеют привычки «коленипреклонения» перед представителями власти;
- ▶ Верят в «теорию малых дел» и активно участвуют в благоустройстве на локальном уровне;
- ▶ Спокойно относятся к представителям других рас, национальностей, сексуальных меньшинств;
- ▶ Оптимисты, считают жизнь интересной и полной возможностей.



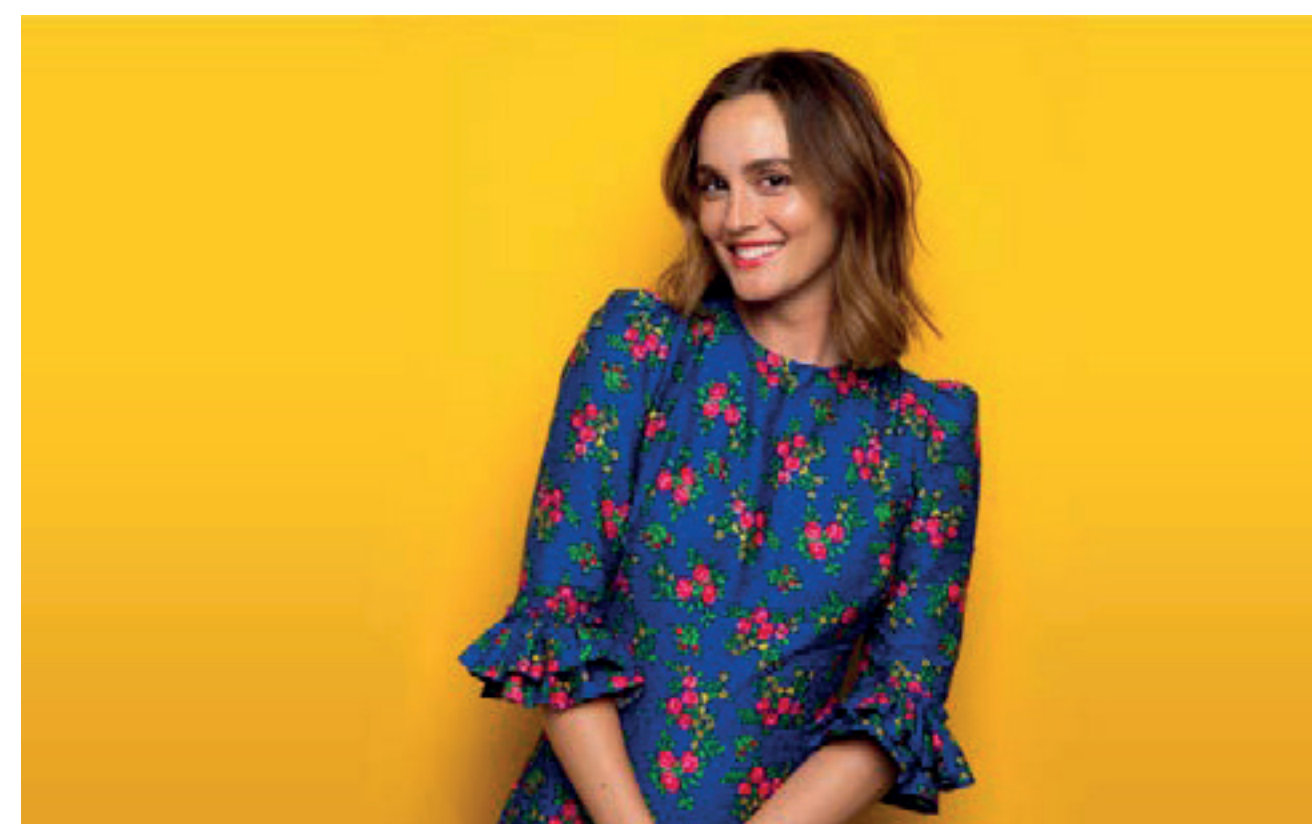
# Пары:



# Семья:



# Одинокие люди:



# Портреты миллениалов

## Малышки-боссы.

Женщины-карьеристки, которые ставят на первый план работу и только потом семью, которой не торопятся обзавестись.

## Брограммисты.

Технари, программисты, которые сочетают в себе черты гиков и любителей спорта. Чаще всего проводят время в чисто мужской компании, склонны к сексизму.

## Кулинарные экспериментаторы.

У них есть деньги, но нет времени на путешествия, поэтому они получают новые эмоции с помощью необычных гастрономических впечатлений, пробуя что-то новое.

## Создатели контента.

Или эмоциональные расточители. Они всегда в курсе новых трендов, за которыми изо всех сил стараются успеть. Лайки, комментарии, селфи, бесконечная фотолента — то, от чего они зависимы.

## Коллекционеры контента.

Сами ничего не постят, зато активно наблюдают за другими, читают посты, смотрят видео — как будто получая опыт с помощью других людей.

## Молодые мамы.

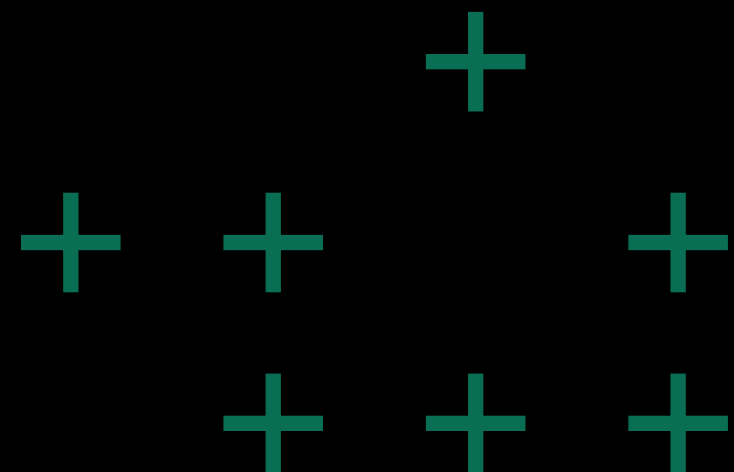
Адекватное родительство, забота о своем здоровье, фитнес, самостоятельный заработок (чаще всего — работа дома, ручной труд) — все это про них.

## Марты Стюарт.

Как американская бизнес-леди, отформатированная под тренды поколения Y, представители этой подгруппы сами создают выверенный социальный контент, делятся им с другими, вдохновляя людей вокруг.

## Ностальгирующие.

Сетуют на то, что «раньше было лучше», любители олдскула, хипстеры, коллекционеры, желающие отвлечься от реальной жизни.



# Сценарий жизни в ЖК «ТОТ»

Сценарий жизни людей в жилом квартале будет представлять собой комфортное и уютное соседство людей.

Утро начинается с того, что жители выходят на прилегающую детскую площадку или спортивные снаряды, чтобы проснуться и зарядиться энергией на всю оставшуюся часть дня. Родители выпускают детей на детскую площадку, где они могут играть под присмотром друг друга или найти новых друзей.

После утреннего заряда энергией люди отправляются на работу или по делам. Благодаря наличию коммерческих объектов на первых этажах, жители могут взять с собой детей в детский центр, где им будет предоставлена развивающая и воспитательная программа. При необходимости, они также смогут зайти в магазин или кафе, чтобы приобрести необходимые товары или перекусить.

Вечером, когда все возвращаются домой, жители могут собираться в lounge-zone или на детской площадке, чтобы провести время в кругу друзей и семьи. Родители могут общаться, пока дети играют на площадке или заниматься на спортивных снарядах.

Все элементы дворового пространства, включая детские площадки и lounge-zone, выполнены в стиле, гармонично сочетающемся с природой.

Фасады домов создают приятное визуальное впечатление своими приглушенными природными оттенками.

Квартиры в этом жилом квартале будут функциональными:

Увеличенные потолки создадут ощущение пространства и свободы.

Наличие кабинетов позволит жителям не отвлекаясь сосредоточиться на работе или учебе.

Постирочные помещения и гардеробные сделают бытовые дела более удобными, а мастер-спальни позволят создать роскошное место для отдыха и релаксации.

Благодаря удобному расположению квартала в гуще социальной и коммерческой инфраструктуры, жители смогут воспользоваться всем необходимым в шаговой доступности. Близость школы и детского сада облегчит заботу о детях, а наличие больниц и гипермаркетов обеспечит удобство в повседневных делах.





# УТП проекта

## Коммерция:

Кофейни, продуктовые магазины, пункты выдачи, салоны красоты, ателье, детские комнаты, агентства праздников и т.п.

## Благоустройство:

Единое дворовое пространство, весь двор – единая lounge-zone (там также есть детская площадка, немного спорт. элементов, но акцент сделан на lounge);

### Все МАФ выполнены в ЭКО стиле (дерево):

- ▶ детские качели,
- ▶ взрослые парковые качели,
- ▶ огромная песочница (более 6-7 метров в диаметре),
- ▶ отдельная огороженная зона для малышей (от 1 до 3 лет),
- ▶ теннисные столы.

### Многоуровневое освещение

(на фасаде, опоры и освещение дворового пространства),

### 60 % озеленения

(луговые травы, среднего размера деревья, газон, парковые цветы),

## Паркинг:

Подземный паркинг (32 места)

## Фасады:

Комбинированный (мокрая штукатурка и кирпич). Цвета природных оттенков (бежевый, светло и темно серый, черный, коричневый).

## МОП:

Сквозные подъезды с просторными лобби и колясочными.

## Планировки:

Мастер-спальни, постирочные, гардеробные, просторные санузлы, квартиры с кабинетом, квартиры с увеличенными потолками.

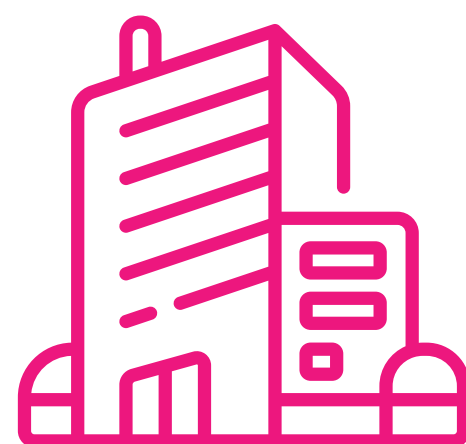


Зачем застройщику  
нейминг?



# Сильное название способно выделить жилой комплекс среди конкурентов и определить маркетинговую стратегию.

Для дальнейшего продвижения ЖК имело смысл акцентировать внимание на следующих аспектах:



**Архитектура**



**Комфорт**



**Локация**



**Уникальность**



**Инновационность**

Для проекта было  
предложено ряд названий:

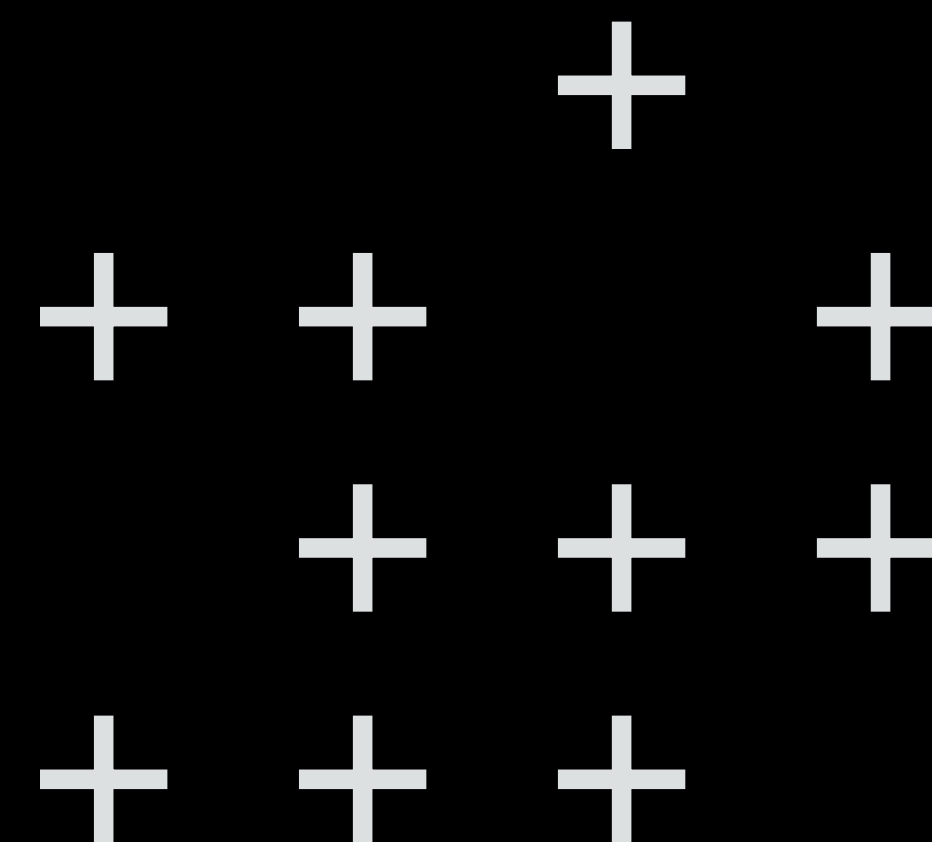
**КВАРТАЛ**   
ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС

КВАРТАЛ  
**ЮГ**

КВАРТАЛ  
**ПОЛЮС**

Лидером по итогам  
общего собрания  
был выбран ЖК «ТОТ».

 **ТОТ**  
ЖИЛОЙ КВАРТАЛ



Обоснование нейминга

**Значения слова «ТОТ» – указывает на какой-либо предмет, лицо, выделяемые из ряда других; такой, который нужен или должен быть.**

▶▶▶▶▶ **ТОТ – не склоняемая лексема, ритмичное за счет аллитерации.**

▶▶▶▶▶ **Местоимение – всегда личное, близкое «к телу» слово.**

**ТОТ – запоминающиеся, выделяется из массива стандартных названий-конкурентов.**

- ▶ ЖК Юность
- ▶ ЖК Брусилово
- ▶ ЖК Есенинские Поля
- ▶ ЖК Мичуринский
- ▶ ЖК Южный
- ▶ ЖК Волга Лайф
- ▶ ЖК Медовый
- ▶ ЖК Новая Тверь
- ▶ ЖК Южная Равнина
- ▶ ЖК Времена года (1,2,3)
- ▶ ЖК Южанка ( 1 и 2)
- ▶ ЖК Европейский
- ▶ ЖК Гранд
- ▶ ЖК Атлант
- ▶ ЖК Белая слобода
- ▶ ЖК Академический
- ▶ ЖК Шоколад
- ▶ ЖК Спартак
- ▶ ЖК Победа
- ▶ ЖК Пенаты
- ▶ ЖК Кот
- ▶ ЖД Азур
- ▶ ЖК Botanica
- ▶ ЖК Заволжский Берег
- ▶ ЖК Дарвин
- ▶ ЖК «Весна на Заречной»
- ▶ ЖК Look House
- ▶ ЖК «МИР»
- ▶ ЖК Атмосфера
- ▶ ЖК Лесная Мелодия (1,2,3)
- ▶ ЖК Авиатор
- ▶ ЖК Молодежный
- ▶ ЖК Иллидиум
- ▶ ЖК Норвежский квартал
- ▶ ЖК Ясный
- ▶ ЖК «Затверецкий квартал»
- ▶ ЖК Диадема
- ▶ ЖК Урбан-Парк
- ▶ ЖК Южная ночь
- ▶ ЖК Звездный
- ▶ ЖК Дебют
- ▶ ЖК Жираф
- ▶ ЖК Созвездие
- ▶ ЖК Оптима
- ▶ ЖК Эталон
- ▶ ЖК Дарвин
- ▶ ЖК Макар
- ▶ ЖК Треугольник
- ▶ ЖК Крылья
- ▶ ЖК Южная Застава
- ▶ ЖК Гармония

**ТОТ – современное, тренд на короткие названия обусловлен переизбытком информации в современном обществе, потоки информации сливаются и не усваиваются.**

**ТОТ – без использования англицизмов, альтернатива емким иностранным названиям.**



**ТОТ – уникальное в своем классе название, охраноспособность проверена, подана заявка на регистрацию логотипа.**



# ТОТ – уникальные названия для создания маркетинговых коммуникаций разных уровней с трансляцией УТП:

**Я – ТОТ**

**кто близко**

(транспортная доступность, развитая инфраструктура)



**Я – ТОТ**

**кто нужен**

(качественное строительство, благоустроенная территория)



**Я – ТОТ**

**кто защитит**

(безопасность – закрытая территория, видеонаблюдение, мой дом – моя крепость)



**Я – ТОТ**

**кто ждёт**

(домашний уют, семья, планировочные решения)



**Я – ТОТ**

**кто заодно**

(доброе соседство, собственная управляющая компания, культурно-массовые мероприятия)

